

**La participación de turistas mujeres en el festival  
de Loja-Ecuador 2018**  
**The participation of women tourists in the festival  
of Loja-Ecuador 2018**

Javier Sanmartín Rojas  
Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador, Quito, Ecuador  
[jhsanmartin@espe.edu.ec](mailto:jhsanmartin@espe.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-9432-6647>

Segundo Freire-Chaglla  
Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador  
[segundo.freire@ucuenca.edu.ec](mailto:segundo.freire@ucuenca.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-5558-1741>

Iliana Sanmartín-Rojas  
Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador  
[iliana.sanmartin@unl.edu.ec](mailto:iliana.sanmartin@unl.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-1151-3800>

Ana Lucía Serrano López  
Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador  
[ana.serrano@ucuenca.edu.ec](mailto:ana.serrano@ucuenca.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-1616-4144>

**Fecha de recepción: 25 de marzo del 2022**

**Fecha de aceptación: 20 de octubre del 2022**

**Cómo citar:**

Sanmartín Rojas, Javier; Segundo Freire-Chaglla; Iliana Sanmartín-Rojas y Ana Lucía Serrano López. 2024. La participación de turistas mujeres en el festival de Loja-Ecuador 2018. *Revista Reflexiones*.103 (1). DOI 10.15517/rr.v103i1.51114

**Resumen**

**Introducción:** se sabe que los festivales incrementan y valorizan el patrimonio intangible. Esta investigación busca propiciar la transformación de los festivales en escenarios que favorezcan el acceso a la difusión de las artes con criterios de equidad hacia las turistas mujeres.

**Objetivo principal:** el propósito de este trabajo es investigar la participación de las turistas mujeres durante la asistencia al Festival de Artes Vivas de Loja-Ecuador en 2018, y determinar si tanto los hombres como las mujeres tienen una participación plena e igualitaria en la cultura; así como inferir las tendencias futuras.

**Método y técnica:** esta investigación utiliza un enfoque cuantitativo de alcance exploratorio, se aplicaron 353 encuestas. Los datos se analizaron con base en la técnica de Clusters por Árboles de Regresión y al Análisis de Detección de Interacción Chi-cuadrado. Adicionalmente, se utilizaron cuatro estadísticos de prueba.

**Resultados:** la probabilidad de asistencia de las turistas mujeres, así como sus gastos, fueron inferiores a la de los hombres. Las mujeres prefirieron las obras de teatro, la danza y las exposiciones gastronómicas. Los precios fueron percibidos como altos, lo que podría provocar el retorno de un pequeño porcentaje de las turistas mujeres.

**Conclusiones:** la oferta cultural del festival no es inclusiva para las turistas mujeres. De persistir esta tendencia, la asistencia se polarizaría. El derecho de las turistas mujeres a participar como asistentes en las actividades de los festivales de arte debería ser un compromiso de la ciudad como política pública.

**Palabras claves:** Cultura, Eventos, Inclusión, Turismo, Preferencias.

### Abstract

**Introduction:** festivals contribute to increasing heritage diversity. This research contributes to promoting the transformation of festivals into scenarios that favor access to the dissemination of the arts with criteria of equity towards women tourists.

**Objective:** the purpose of this work is to investigate the participation of female tourists during Festival of Living Arts in Loja-Ecuador in 2018 in order to determine if both men and women have a full and equal participation in culture; as well as to infer future trends.

**Method and technique:** this research use a quantitative approach of exploratory scope; 353 surveys were applied. Data were analyzed based on the regression tree technique and Chi-square Interaction Detection Analysis. Additionally, four test statisticians were used.

**Results:** the probability of attendance of female tourists and their expenses were lower than men. Women tourists preferred plays, dance and gastronomic exhibitions. Prices were perceived as high, this would cause a return of a small percentage of female tourists.

**Conclusions:** the cultural offer of the festival is not inclusive for female tourists. If this trend persists, attendance would become polarized. The right of female tourists to take part as attendees in the activities of art festivals should be a commitment of the city, as public policy.

**Keywords:** Culture, Events, Inclusion, Tourism, Preferences.

## Introducción

Según el autor Durkehim, los festivales son un ritual que pone «a las masas en movimiento y así excitar un estado de efervescencia»; son espacios donde toda la sociedad «renueva el sentimiento que tiene de sí misma y de su unidad» (Durkheim 1976, 383). Los festivales están vinculados con la cohesión social (Leal 2016). Adicionalmente, Frost (2015, 2) refiere que, los festivales son «una auténtica herencia cultural», y Macmillan (2014, 3) añade que «pueden actuar como un medio para expresar, preservar y promover la diversidad cultural».

En las culturas europeas, el número de festivales aumentó a principios de la década de 1970, como una forma de «reafirmación de las identidades locales» en oposición «a un marco de referencia nacional» (Delanty et al. 2013, 41). Los festivales están conectados con el cosmopolitismo y la identidad por intereses individuales o colectivos, las emociones, las narrativas y la performance «dan expresión a identidades colectivas propias» por «deliberar y aceptar la perspectiva del otro» (Delanty et al. 2013, 42).

Los festivales continúan aumentando en todo el mundo (Frost 2016; Boyle et al. 2018), siempre ligados a la cultura popular, que puede abarcar la alta cultura y la participación en una esfera pública (Delanty et al. 2013). Tales eventos fomentan la cohesión social (Walters 2018), presentan un impacto económico positivo (Frost 2016) y una utilidad social para el desarrollo de las comunidades locales (Ziakas 2016).

Los primeros artículos sobre festivales y turismo fueron publicados en la década de 1990. No obstante, la investigación sobre festivales y la participación de la mujer necesita mayor atención. Finkel y Platt, (2020) reconocieron que estos temas están poco explorados, y su importancia deriva de que los festivales son un espacio donde las desigualdades de la mujer están presentes.

Por otra parte, los festivales son un factor clave para el desarrollo del turismo emisor y receptor, pues se aumenta, a través de ellos, la demanda en lugares con baja estacionalidad. Son un factor de atracción para destinos donde los turistas no viajarían de otra manera (Getz y Page 2015) y representan un importante atractivo para el destino, lo que genera un crecimiento económico regional (Sant y Mason 2015).

Adicionalmente, los festivales de artes vivas, incrementan el patrimonio cultural inmaterial (Macmillan 2014, 3), así como el turismo en las comunidades locales (Boyle et al. 2018, 428), porque atraen a «turistas omnívoros» que buscan experiencias culturales eclécticas» (Barbieri y Mahoney 2010, 493). Los Festivales de Artes Vivas se relacionan con los «Performing Arts», que en algunas investigaciones de éstos tipos de festivales (Chang 2020, 5; Garín 2018, 5), se refieren a las artes vivas como una diversidad de manifestaciones culturales innovadoras que ponen en contacto a los artistas y el público.

En el contexto de América Latina, estos temas de investigación tienen «una etapa embrionaria» que necesita centrarse en la conciencia humana para contribuir a resolver las «desigualdades históricas hacia la mujer» (Vizcaíno-Suárez y Díaz-Carrión 2018, 9; Guala

2009; Tibán 2009). Ciertamente faltan investigaciones de la participación de las turistas en los festivales de arte, por tanto, este trabajo contribuye a llenar este vacío del conocimiento (Figueroa-Domecq et al. 2015).

El Festival Internacional de Artes Vivas (FIAVL) es el más importante de todo el país (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2018), y fue institucionalizado por la Asamblea Nacional del Ecuador como un «espacio para conocer y promover las expresiones culturales y la identidad del Ecuador» (Asamblea Nacional 2019, 3). Se celebra anualmente desde 2016 en la ciudad de Loja (175.077 habitantes), capital de la provincia homónima, la más austral del país y cuna de artistas. El Ministerio de Cultura del Ecuador y los gobiernos locales llevan la delantera en la organización, calendarización y programación. El patrocinio estuvo a cargo de ONG's internacionales y nacionales, la empresa privada, instituciones de educación superior, entre otros. Durante el 15 y hasta el 25 de noviembre de 2018, el FIAVL tuvo un total de 332 presentaciones artísticas, y 151 artistas nacionales e internacionales (Ministerio de Cultura y Patrimonio 2018).

Esta investigación tuvo como objetivo definir si la visita al FIAVL, por parte de las mujeres, generó distintos alcances de oportunidad para la participación completa e igualitaria de las turistas mujeres, e inferir las tendencias que adquieren estas visitas en futuros eventos.

### **Mujer, turismo y festivales**

La sociedad patriarcal reproduce las diferencias hacia la mujer bajo la protección del poder político y económico. La cultura y su consumo (Moreno y Cañada 2018) corresponden a las valoraciones de lo masculino y lo femenino; por lo tanto, marca un comportamiento diferente en la dieta cultural de cada persona en la sociedad.

La producción turística también atiende a roles de la mujer que están socialmente construidos y que se determinan por el ambiente y patrones culturales desiguales que fueron heredados. Estos factores permean las manifestaciones culturales artísticas como los festivales. Desde este punto de vista, las artes o ciertos estilos de música se consideran excepcionalmente adecuados para un determinado grupo de élites, clasificadas por edad o sexo (Grebosz-Haring y Weichboldg 2018).

Las relaciones de poder asimétricas entre hombres y mujeres son histórica y socialmente manifestadas y articuladas (Figueroa-Domecq et al. 2015; McConnell et al. 2016). En las sociedades latinoamericanas, existe un «estricto orden» en relación con la mujer, binario y heterosexista, causado por la religión, los poderes económicos y políticos, con desigualdades históricas (Vizcaíno-Suárez y Díaz-Carrión 2018; Campbell y Chafetz 2006, 65).

Por ejemplo, en Ecuador, las normas para la mujer «priorizan los roles de las mujeres como madres e individuos naturalmente ligados al hogar» (Grosse 2016, 31), con una cultura heteronormativa predominante (Lind 2012). Por lo tanto, marca un comportamiento diferente en las preferencias culturales (Moreno y Cañada 2018); como observa Grosse (2016, 31), las mujeres en este país son responsables de la reproducción cultural. La producción turística, también atiende a roles de mujer diferenciados, socialmente construidos

y determinados originalmente (Vizcaíno-Suárez y Díaz-Carrión 2018). Aunque otros autores consideran que la participación de la mujer en las actividades turísticas está aumentando como consumidora o productora (Yang et al. 2017).

En los últimos treinta años se han publicado investigaciones que incluyen a la mujer y el turismo (Ferguson y Alarcón 2015; Morgan et al. 2015, 2), principalmente, en los países de habla inglesa (Carvalho et al. 2019); por lo tanto, hay un área de oportunidad con respecto a este tema para los países latinoamericanos (Pritchard 2018). Pese a lo anterior, la asistencia de la mujer a los festivales ha sido poco investigada (Walters 2018; Finkel 2010; Nicholson et al. 2000). Los resultados de las investigaciones publicadas mostraron desigualdades relacionadas con la mujer, diferentes comportamientos entre hombres y mujeres durante los festivales. Las mujeres estuvieron sobre representadas y subestimadas en los escenarios de los festivales como productoras de arte (Reznik y Massarani 2019, 3; Roca-Cuberes et al. 2018, 24; Kim et al. 2018).

En esta investigación se estudia la participación de las turistas mujeres con otras variables tales como la edad, la educación, la ocupación y el ingreso, dado que, de acuerdo con la teoría de la interseccionalidad, una persona puede ocupar «múltiples categorías demográficas» (Bright et al. 2016, 60) y sus asimetrías en las relaciones de poder (McConnell et al. 2016).

## Metodología

La metodología tiene un enfoque cuantitativo de alcance exploratorio (Hernández et al. 2014). El universo corresponde a 6.081 (N) visitantes que participaron en el FIAVL (Ministerio de Turismo del Ecuador 2017). Este estudio tiene un error de muestreo del 5% y un nivel de confianza del 95%; la muestra fue de n=353 encuestas válidas. Este número se obtuvo aplicando el cálculo para el universo finito. El resultado fue suficiente e intencionado porque se relaciona con un error de muestreo del 5% y un nivel de confianza del 96% (Du Plessis et al. 2018). La encuesta para este estudio es una adaptación de la utilizada en la investigación de Serrano et al (2018, 20).

La encuesta contenía 23 afirmaciones que incluían si la persona que influyó en la decisión del viaje es la mujer, el hombre, infantes, amistades o todos los grupos anteriores, las variables sociodemográficas que afectaron los gastos turísticos, como el sexo, la edad, el nivel educativo, la ocupación y los ingresos (Naciones Unidas 2017, 23). Las variables sociodemográficas permitieron la autoidentificación de individuos con grupos de la sociedad. Adicionalmente, fue importante conocer la percepción de calidad del FIAVL, de acuerdo con el punto de vista de las personas turistas, tanto hombres como mujeres, dado que el año 2018 fue el tercer año de su presentación. Las variables se correlacionaron con el sexo de las personas turistas como variable independiente, a fin de determinar el grado de inclusión y participación de las mujeres turistas en este festival.

Con el fin de evitar sesgos en el proceso de recopilación de datos, las encuestas fueron aplicadas en los diferentes lugares del Festival por un encuestador entrenado y capacitado previamente. Se asignaron supervisores y supervisoras a cada equipo. Además, la encuesta se aplicó en la estación de autobuses local y en el aeropuerto, esto con el fin de permitir que el conjunto de turistas que visitaron Loja para la FIAVL sean parte del estudio. Una vez recogidas las encuestas, se revisaron y se descartaron aquellas con información incompleta.

El estudio analizó 353 casos validados y se centró en las disimilitudes de preferencias y percepciones de los contenidos de FIAVL entre hombres y mujeres. La investigación agrupó las variables en tres áreas: el festival como centro del comportamiento de visitantes, el comportamiento del gasto y los descriptores personales y demográficos.

### **El festival, como centro de comportamiento**

Siendo el FIAVL un fenómeno social concebido por instituciones públicas, de él se derivan comportamientos que son percibidos de manera diferente por hombres y mujeres (G); que prefieren diferentes artes escénicas (P); valoran la calidad del festival FIAVL de manera diferente (Q); y, como resultado de los comportamientos variados, asumen una cierta disposición a permitirse asistir una vez o repetir el evento durante tres años consecutivos (n). En la encuesta, se consultó al grupo de visitantes sobre sus preferencias por la música, la pintura, las obras de teatro, el baile y la gastronomía.

### **Modalidades de consumo o gasto**

Desde la perspectiva de personas turistas, hombres y mujeres gastan de manera diversa en alojamiento (a), comida (b) y artesanías (c), lo que no coincide con el costo de los servicios turísticos contratados (p). Gastar diversamente en este estudio está relacionado con «alojamiento», «comida», «artesanías»; entre otros.

### **Descriptores personales y demográficos**

La Organización Mundial del Turismo (OMT), recomendó que se incluyan en las encuestas variables sociodemográficas como la procedencia, «sexo, edad, situación de la actividad económica, ocupación, ingresos familiares o individuales, educación» (United Nations 2017, 23, 27). Así, los visitantes del festival, con un cierto comportamiento de gasto, expresan sus preferencias en función de su comportamiento diario. Gastaron de acuerdo con su nivel de ingresos familiares recibidos en el lugar de origen (Y); su ocupación regular, la cual les proporciona recursos (O); su edad (e); y el nivel de educación formal recibido (ed). Todas las variables intervinientes se transformaron en unidades numéricas.

El reto de la investigación fue combinar todas las variables de las tres áreas y agruparlas en dos grupos, uno para hombres y otro para mujeres, además de diferencias intergrupales según las otras variables en estudio. La separación de grupos por variables de impacto fue posible gracias a los clusters, tanto por la técnica de árbol de regresión (CART) como por el análisis de Chi-cuadrado (CHAID). Adicionalmente, se utilizaron cuatro estadísticos de prueba para priorizar las variables descriptivas y tomar la decisión de elegir

el modelo de clasificación más adecuado: análisis de correlación con estandarización de variables por el método del coseno, distancias euclidianas, pronóstico de riesgo del modelo y pronóstico de seguridad del clúster.

Conciliar la importancia del cluster (Serrano López et al. 2018; Wilkinson 1992), niveles de correlación (Székely y Rizzo 2014) y distancias euclidianas (Liao y Triantaphyllou 2007; Székely y Rizzo 2014), se generó un factor de normalización variable B:

$$B = \varepsilon r \langle dx_i x_j \rangle, (1)$$

que representa el nivel de importancia relativa de la variable en la clasificación probabilística;  $\varepsilon r$  es la correlación muestral del coseno entre matrices de variables seleccionadas para la clasificación y es la inversa de la distancia euclidiana normalizada.  $\langle dx_i x_j \rangle$

Como resultado de la normalización, se tiene la siguiente expresión priorizada para la selección de variables de clasificación:

$$B = \frac{I_n}{I_1} \cdot \frac{Cov(X_i X_j)}{[Var(X_i)Var(X_j)]^{1/2}} \cdot \frac{1}{|X_i - X_j|' S^{-1} |X_j - X_j|} (2)$$

donde representa la importancia normalizada del clasificador probabilístico;  $\frac{I_n}{I_1}$

$Cov(X_i X_j)$  representa el producto escalar de las variables de investigación, cuyo resultado mide la dispersión;  $Var(X_i)Var(X_j)$  es el producto de las varianzas escalares o vectores de las variables intervinientes;  $y$ , es el recíproco de las distancias corregidas por o matriz diagonal con valores recíprocos de la varianza en su elemento diagonal por el método euclidiano  $\frac{1}{|X_i - X_j|' S^{-1} |X_j - X_j|} S^{-1}$

Como resultado de este análisis, se formularon tres modelos principales. Dos de ellos fueron sometidos a análisis forzado (agrupación) utilizando las variables el número de veces que las personas asistieron al festival ( $n$ ) y la preferencia diferenciada de las artes escénicas ofrecidas por el festival ( $P$ ); y, una de ellas sin análisis forzado de variables para la descripción de las turistas mujeres. Los procedimientos de análisis con variables forzadas son medios descriptivos probabilísticos utilizados para profundizar en el estudio, objeto de esta investigación.

El proceso de introducción de variables forzadas para clasificar, sentó las bases para formular la propuesta de tres tipos de comportamientos correspondientes a los modelos principales. El primero analizó el nivel de aceptación del festival, en función del número de veces que asiste el visitante, junto con las razones para tomar esa decisión. El segundo modelo buscó investigar la aceptación del FIAVL con respecto a las turistas mujeres. Y, el tercer modelo, buscó definir los comportamientos generales de asistentes diferenciados entre turistas hombres y mujeres.

## Resultados y discusión

En 2018, el FIAVL contó con la presencia de artistas nacionales e internacionales, de los cuales el 38% fueron mujeres y 62% hombres (Escalante 2019); resultados similares

refiere Engel (2018), donde la participación de las artistas mujeres es, aproximadamente, la mitad de la participación masculina.

De las personas que respondieron a la encuesta, la mayoría eran hombres (59%), en contraste con las mujeres (41%). La tercera parte de los encuestados, asistieron por primera vez al festival, en este punto, igualmente, las respuestas de los hombres superan en número a las de las mujeres. En cuanto al tipo de turista, ambos segmentos se autoidentificaron como turistas culturales.

Se consultó a los turistas respecto de quién es la persona que más influye en la decisión de viajar. Las opciones eran, «mujer», «hombre», «infantes», «amistades» y «todos los grupos». Para ambos sexos, con respecto a los planes de viaje influyen las amistades; sin embargo, los hombres (21,92%) superan en número a las mujeres (17,26%). En cuanto a cómo turistas obtienen información turística sobre la ciudad de Loja, tanto hombres como mujeres prefieren internet como fuente principal, seguido por amistades y familiares. Se obtuvieron respuestas similares a la pregunta sobre la razón principal para visitar Loja: tanto para los encuestados hombres como mujeres, el FIAVL fue la razón principal para visitar la ciudad de Loja.

Durante el tiempo que duró el festival, los hombres se hospedaron más noches en la ciudad que las mujeres, esto supone que, los hombres disfrutaron del festival por más tiempo. Respecto del tipo de alojamiento, los hombres se alojaron en hoteles u hostales; mientras que tanto hombres como mujeres se alojaron en casa de amistades o familiares. Los turistas hombres y mujeres valoraron con un alto puntaje el FIAVL. Un mayor número de turistas hombres (44%) que de turistas mujeres (32%) habían visitado el FIAVL en años y ediciones anteriores.

### **Determinación de la importancia de las variables descriptivas**

No todas las variables sirvieron para describir el estudio, y determinar qué era lo mejor del festival así como para calcular la probabilidad de que una persona regresara. Se utilizaron dos métodos para medir el peso de las variables (Rokach y Maimon 2015), tanto las distancias euclidianas como el nivel de correlación por cosenos (Székely y Rizzo 2014, 7); las mejores variables descriptivas se relacionaron con las variables sociodemográficas. Las variables de edad, de ocupación y de nivel de ingresos obtuvieron las distancias más cortas y, por lo tanto, altos niveles de correlación.

Además, la reacción de la gente al costo de los servicios turísticos y, especialmente, la comida y el alojamiento determinaron la alta valoración del festival por parte de turistas. El evento no gana calidad por su propia cuenta, y fue influenciado por determinantes de precios. Medir la calidad por sí solo no es una garantía para que las personas regresen o para que los organizadores se sientan satisfechos con la oferta cultural. Por otro lado, la calidad del espectáculo solo puede entenderse si hay satisfacción en los niveles referenciales de gastos incurridos, y es lo que tradicionalmente se acepta (Tabla 1).



**Tabla 1.** Priorización de variables descriptoras con el evento como variable descrita

Variable	Importancia	Distancia		Clasificación	
		Euclideana	Correlación	chi-cuadrado	p-valor
N	8	0.000	1	-	variable predicha
P	7	0.272	0.700	3.495	variable forzada
Y	6	0.261	0.970	14.453	0.000
O	5	0.267	0.730	4.318	0.038
Y	4	0.198	0.460	4.509	0.034
Un	3	0.247	0.820	14.287	0.000
B	2	0.162	0.960	No	No
Q	1	0.828	0.290	10.841	0.001

*Nota:* Basado en agrupaciones con la variable a describir como el «número de veces que un visitante realiza el evento» (n) y clasificado por tipo de espectáculo ofrecido nr = sin relevancia.

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

Se realizó una segunda prueba para validar la priorización de descriptores, pero esta vez tomando como variable predicha el sexo y el número de veces que una persona participó en el evento como variable forzada. Se consideró que si las personas repiten el evento, implicaría que sus descriptores contribuyeron positivamente a su decisión, así como su entorno personal y su gasto.

Las variables del análisis con los dos métodos mencionados fueron disímiles a la hora de describir aquellas que mejor determinan el comportamiento de las personas debido a sus diferencias por sexo. Se estableció que las correlaciones no coinciden entre el análisis de distancias, así como los valores de los modelos en su conjunto. Estos resultados contrastantes mostraron que la selección de las mejores variables descriptivas no permitió tomar una sola decisión para describir el comportamiento de la mujer dentro del festival.

En el análisis a distancia, la variable que mejor describe el comportamiento de la mujer en el festival fue Y (nivel de ingresos); a su vez, es la variable con un nivel reducido de correlación. Desde la perspectiva de las correlaciones, la variable más importante se relacionó con c (gasto en artesanías); sin embargo, ninguna de ellas logró ser la variable que mejor clasificó a las agrupaciones. Por el contrario, la variable O (Ocupación) influye en los mejores perfiles de clasificación (Tabla 2).

**Tabla 2.** Análisis comparativo de correlaciones por coseno y distancias euclidianas: variable de sexo

Variable independiente	Importancia	Importancia normalizada	Correlación	Distancias
<b>O</b>	0.025	1.000	0.588	0.510
<b>Y</b>	0.023	0.952	0.359	0.448
<b>p'</b>	0.019	0.776	0.25	0.694
<b>A</b>	0.018	0.716	0.259	0.686
<b>B</b>	0.015	0.618	0.127	0.769
<b>E</b>	0.011	0.452	0.222	0.460
<b>P</b>	0.009	0.381	0.165	0.585
<b>N</b>	0.006	0.263	0.261	0.512
<b>C</b>	0.006	0.258	0.682	0.773
<b>Q</b>	0.002	0.089	0.366	0.774
<b>Ed</b>	0.002	0.074	0.511	0.574

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

Con respecto al comportamiento de visitantes al festival y sus preferencias, estos podrían describirse, básicamente, por variables relacionadas con el gasto y la oferta artística presentada. Además, los resultados descriptivos de la mujer, esta vez las mejores variables cohesivas -en términos de distancias- y con mejor correlación, no coincidieron con las funciones de agrupación. Como consecuencia, la selección de las variables preferidas cambió de importancia y se redujeron a seis variables (Tabla 3).

**Tabla 3.** Análisis comparativo de correlaciones por coseno y distancias euclidianas: variable «número de veces que un visitante asistió a la FIAVL»

Variable independiente	Importancia	Importancia normalizada	Correlación	Distancias
<b>B</b>	0.018	1.000	0.227	0.501
<b>C</b>	0.013	0.710	0.702	0.506
<b>p</b>	0.011	0.627	0.879	0.259
<b>A</b>	0.005	0.295	0.173	0.458
<b>P</b>	9E-04	0.052	0.829	0.178
<b>E</b>	5E-04	0.026	0.810	0.135

*Nota:* El cálculo de distancias utilizó el método euclidiano; la correlación se calculó mediante el método del coseno, mientras que la importancia de las variables en la clasificación de los grupos utilizó la técnica de clasificación del árbol (CART).

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

De acuerdo con las ecuaciones 1 y 2, las variables congruentes entre los modelos probabilísticos que mejor describen tanto el comportamiento de la mujer como el número de veces que una persona asiste al FIAVL, corresponden a aquellos factores que

comparativamente representan un valor posible mayor, siempre que el error de dispersión de los datos sea menor que el intervalo de confianza diseñado para probar la validez de los datos. Así, se determinó que las variables económicas del gasto, el tipo de espectáculo ofrecido y la edad de personas participantes describen mejor los atributos relacionados con la variable en estudio, así como la asistencia al festival (Tabla 4).

**Tabla 4.** Variables descriptivas seleccionadas mediante factor B estandarizado.

Variable descriptiva	Variable G		Variable n	
	Corrección del factor Bof	error de asociación en el CI del 99%	Corrección del factor Bof	error de asociación en el CI del 99%
<b>O</b>	0.300	0.009	sr	...
<b>Y</b>	0.153	0.009	sr	...
<b>p'</b>	<b>0.135</b>	0.007	<b>0.143</b>	0.011
<b>a</b>	0.127	0.006	0.023	0.010
<b>b</b>	0.060	0.014	<b>0.114</b>	0.016
<b>e</b>	0.046	0.010	0.003	0.010
<b>P</b>	0.037	0.009	0.008	0.010
<b>c</b>	<b>0.136</b>	0.010	<b>0.252</b>	0.007
<b>n</b>	0.035	0.005	sr	...
<b>Q</b>	0.025	0.010	sr	...
<b>ed</b>	0.021717141	0.010	sr	...

*Nota:* Los pesos coincidentes y superiores a 0,10 se indican con negrita y tienen un factor B en las dos variables descritas sr = sin relevancia.

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

### Modelos probabilísticos

Como resultado de la aplicación de las variables probabilísticas congruentes, y bajo la técnica de la variable forzada, se diseñaron modelos que explican las razones por las que visitantes llegan al festival, lo mejor del festival, y la forma en que las mujeres y los hombres tienen comportamientos disímiles, tanto para apreciar la oferta artística como para percibir la atención prestada por los organizadores en consideración a estas diferencias.

El primer modelo diseñado implicó la evaluación del evento en sí medido en función del número de veces que se visita el festival. Este modelo obtuvo una predicción del 60,3%. Con una probabilidad de 0,594 (59,4%), la preferencia por la música y la pintura (grupo 2) fue más atractiva que el teatro, la danza y la gastronomía (grupo 1). Si la misma persona regresó al año siguiente buscando otras actividades, esto se evidenció por el aumento de las probabilidades mostradas por el grupo 1 para los años posteriores en 0,34 y 0,16, y que fueron superiores a las mostradas por el grupo dos. En cualquier caso, una de cada diez personas estaría dispuesta a volver al festival más de dos veces.

Las personas que están interesadas en la música y la pintura tienen una mayor preocupación por cuánto gastan en el alojamiento, y su decisión de regresar al festival

dependerá de la calidad de la oferta artística. Esto se debe a que la música es el evento que atrae al mayor número de personas, y dependería de la calidad y la fama de la oferta musical. En este sentido, a menor coste del alojamiento, mayor será la posibilidad de que las personas vuelvan al festival, condicionada, eso sí, al tipo de artistas, y al prestigio o fama que les precede. Además, si el deseo de asistir a conciertos musicales y el atractivo de la producción es adecuado, y si la organización del festival promueve mantener su propio prestigio, los precios de los servicios turísticos y el medio ambiente también deberán ser los adecuados.

En cuanto a la edad de quienes participan, a las personas menores de 45 años les gustan principalmente las obras de teatro, la danza y la gastronomía. En consecuencia, las personas menores de 45 años tendrían más probabilidades de volver por esta misma oferta. Por lo tanto, una de cada tres personas asistiría al evento dos veces y participaría en la misma oferta artística. Al parecer, la puesta en escena y la gastronomía están ligadas al gasto en artesanías. Es, precisamente, este segmento de visitantes, el mercado objetivo de los artesanos locales del evento. Se observa que al menos una de cada dos personas estaba dispuesta a gastar hasta 60 dólares en este rubro.

Las probabilidades de ocurrencia para las dos agrupaciones de oferta artística tienen en común la calidad de la organización. Sobre este tema, dado que la música y la pintura son los eventos que más público atraen, son precisamente estos los que pueden impactar negativamente en la posibilidad de retorno si su contenido no satisface la demanda. En consecuencia, la probabilidad de que el evento sea consistente con lo que se deseaba la primera vez (70%) puede resultar en una disminución dramática en el número de personas que regresan, reduciendo así, drásticamente, la probabilidad al 23%. Se estimó que los eventos musicales no tenían la calidad deseada, y este fue un factor principal para la decisión de regresar o no (Tabla 5).

**Tabla 5.** Modelo predictivo probabilístico por el número de veces que se asistió al FIAVL

Variable principal	Variable descriptiva	Estadísticas de agrupación		Clasificación según el contenido de la FIAVL							
		p-valor*	Chi-cuadrado	Obras de teatro, danza y gastronomía			Música y pintura				
				Importancia descriptora	2 veces	3 veces	Importancia descriptora	2 veces	3 veces		
Lo mejor del FIAVL		forzada	3.49	5	0.48	0.34	0.16	5	0.59	0.26	0.12
Edad		0.033	7.72								
	menores de 45 años			4	0.41	0.39	0.18	...	...	...	...
	Mayores de 45 años			4	0.61	0.25	0.12	...	...	...	...
Gastos de alojamiento		0.000	14.29	...	...	...	...	...	...	...	...
	Menos de 40 dólares			...	...	...	...	4	0.63	0.23	0.10
	Más de 40 dólares			...	...	...	...	4	0.248	0.43	0.33
Calidad de la FIAVL		0.007	7.173								
	Inferior a 4**			3	0.47	0.37	0.13	3	0.70	0.23	0.02
	Superior a 4**			3	0.27	0.44	0.29	3	0.58	0.25	0.16
Gasto en artesanía		0.007	9.93								
	Hasta \$10			2	0.50	0.50	0.00	...	...	...	...
	Hasta \$60			2	0.19	0.50	0.31	...	...	...	...
	Más de \$60			2	0.57	0.26	0.12	...	...	...	...
Precios de los servicios turísticos		0.001	10.50								
	No son convenientes			...	...	...	...	2	0.379	0.276	0.345
	Adecuado			...	...	...	...	2	0.639	0.237	0.103

*Nota:* \*Nivel de significación con el método de Bonferroni ajustado.

\*\*La calidad de los eventos musicales y pictóricos se calificó entre menor o igual a 1 y mayor que 1.

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

Sin embargo, todos los argumentos deducidos de los resultados de la previsión tienen una diferencia fundamental según lo expresado por los grupos femeninos estudiados. Por lo tanto, ¿cuáles fueron los factores fundamentales por los cuales las mujeres, a diferencia de los hombres, están condicionadas a regresar a las actividades culturales? Para responder a esta pregunta desde una perspectiva de las turistas mujeres, el modelo utilizó  $n$  como variable descriptiva, la cual obtuvo una probabilidad de pronóstico de 0,553 (55,3%) con respecto a la clasificación entre turistas hombres y mujeres.

Para volver al festival, una turista mujer basa su decisión en la disponibilidad de dinero y en el costo de los servicios de la ciudad anfitriona. Fundamentalmente, para una mujer, su capacidad monetaria es de suma importancia antes de tomar la decisión de dedicar su tiempo a la cultura. Tres de cada cuatro mujeres que llegaron al festival tienen un ingreso de menos de mil dólares al mes y de estas, cuatro de cada cinco mujeres deben optimizar sus gastos, considerando el costo de los servicios colaterales al festival. Los servicios colaterales incluyen gastos por compras diversas, transporte para visitar otros sitios turísticos y alternativas gastronómicas locales no planificadas.

Si los servicios colaterales y sus ingresos son un obstáculo, una mujer dejaría de ir al FIAVL. En este sentido, al observar que una mujer prioriza el nivel de precios en el destino, los resultados demostraron que estos precios se percibían como altos por las mujeres. Esto provocaría un retorno de solo el 6% de las turistas mujeres.

Por otro lado, los hombres regresarían solo en función de su edad. Se descubrió que uno de cada tres hombres regresó, y casi uno de cada cinco regresaría más de dos veces. Los cálculos revelaron que los jóvenes tienen más probabilidades de regresar, y que las personas mayores de 25 años reducen su probabilidad de asistir al evento; con ello, uno de cada diez hombres tendría la posibilidad de volver en dos ocasiones más; sin embargo, esta tendencia es mayor en comparación con la mostrada por las mujeres (Tabla 6). Como se muestra en la Tabla 6, para las turistas mujeres, su decisión de regresar al evento dependería de su capacidad de gasto.

**Tabla 6.** Aceptación del evento diferenciado entre hombres y mujeres

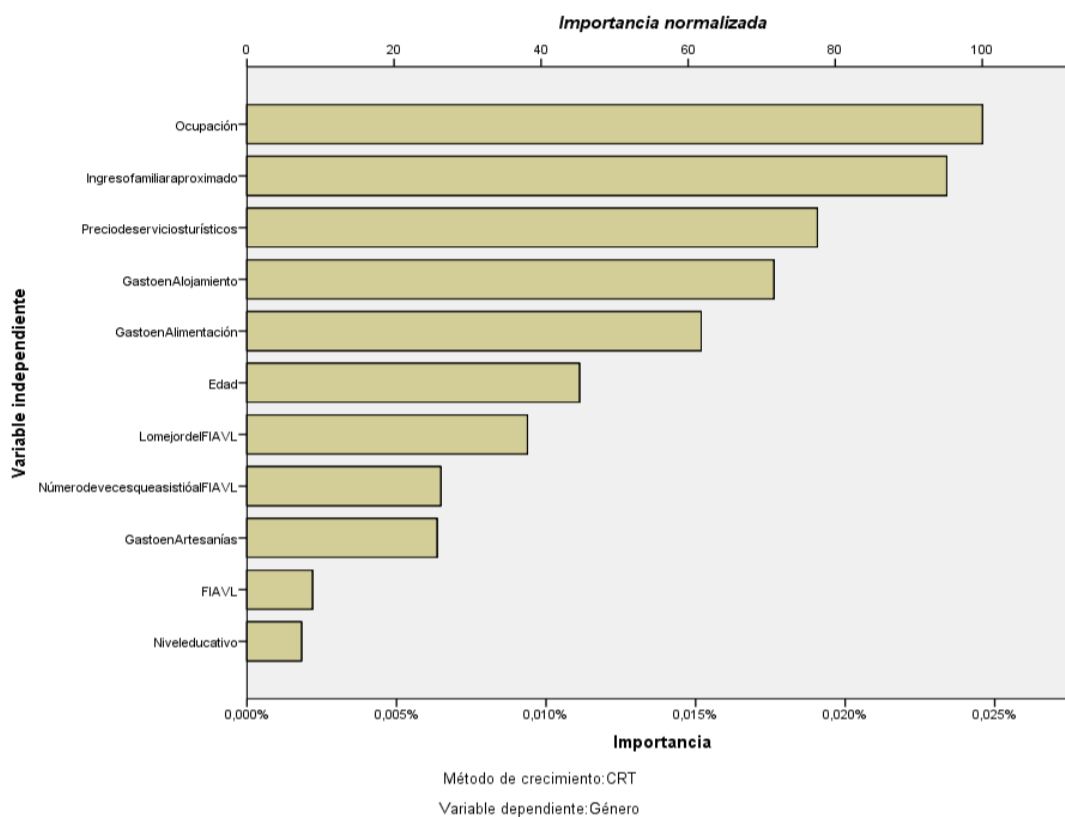
Variable principal	Variable descriptiva	Estadísticas de selección		Clasificación por el número de veces que un visitante asistió a la FIAVL							
		p-valor*	Valor Chi-cuadrado	Uno			Mujer				
				Importancia descriptiva	1 Hora	2 veces	3 veces	Importancia descriptiva	1 vez	2 veces	3 veces
Sexo			0.512	5	0.548	0.29	0.14	5	0.561	0.277	0.128
Edad		0.033	7.725								
	- menores de 25 años			4	0.432	0.378	0.189	...	...	...	...
	- mayores de 25 años			4	0.608	0.245	0.119	...	...	...	...
Ingresos familiares		0.012	9.146								
	- menos de 1000 dólares			...	...	...	...	4	0.627	0.225	0.098
	- más de 1000 dólares			...	...	...	...	4	0.413	0.391	0.196
Precios de los servicios turísticos		0.023	8.043								
	- de poca importancia			...	...	...	...	3	0.548	0.288	0.123
	- de gran importancia			...	...	...	...	3	0.828	0.069	0.034

*Nota:* \*Bonferroni ajustado

*Fuente:* Elaboración propia

El tercer modelo probabilístico o modelo cultural de la variable en estudio describía, sin variables de restricción (sin orientación de los resultados), las diferentes formas de acceder a la cultura por parte de los turistas hombres y mujeres. El modelo obtuvo un nivel de éxito de 0,705 (70,5%). Utilizando la técnica del árbol de regresión (CART), la probabilidad de que las mujeres asistieran a un evento cultural fue del 41,9%, inferior a la alcanzada por el hombre.

Las variables con mejor clasificación de las diferencias, en relación con la mujer, corresponden a las del gasto, determinadas por variables de la capacidad de generar ingresos, que se originan en el tipo de empleo de la persona. Por lo tanto, es posible suponer que la diferencia entre hombres y mujeres está estrechamente relacionada con la capacidad de gasto para asistir a un evento cultural. Lo anterior también definirá de qué forma se dará la evaluación perceptiva de la calidad del evento (Figura 1).



**Figura 1.** Importancia de las variables en el modelo cultural de género

*Fuente:* Elaboración propia. Segundo Freire-Chaglla

Utilizando las variables de la Tabla 4, el modelo construido tuvo una probabilidad de éxito del 70,5% y un error de valor p de 0,024. En este nivel de éxito en la clasificación, en general, los hombres tuvieron una mejor probabilidad de asistencia de 0,581 y las mujeres de 0,419. De esta manera, los hombres marcaron las principales diferenciaciones conductuales entre las variables descriptivas del presente estudio; pero, también, pudieron marcar las principales clasificaciones.

### La percepción de las turistas mujeres hacia la cultura

Se estima, tras el estudio, que las mujeres que participan en actividades culturales suelen ser aquellas que se dedican a trabajar por cuenta propia a pesar de que tienen un ingreso inferior a mil dólares. También fue evidente que las mujeres con un ingreso mensual de poco más de mil dólares también priorizan sus gastos.

A partir de los resultados, se determinó que las mujeres gastaban la mitad de lo que los hombres gastan en alimentos. Siete de cada diez mujeres gastaron menos de diez dólares en alojamiento y consideraron que los precios durante su experiencia cultural eran exagerados; sin embargo, uno de cada dos hombres gastó más de diez dólares en alojamiento y consideró que los precios de los servicios durante su experiencia fueron adecuados.

A las mujeres les gustó la oferta cultural que tiene que ver con obras de teatro, danza y gastronomía. Dado el resultado de esta experiencia cultural, solo dos de cada diez mujeres regresarían por segunda vez. Sin embargo, basado en la experiencia de las mujeres, la calidad



del evento no cumplió con sus expectativas. A diferencia de las mujeres, los hombres prefirieron las expresiones culturales basadas en la música y la pintura, hasta el punto de que siete de cada 10 hombres volverían al evento. Esto sugiere que a los eventos antes mencionados asistirían hombres a un ritmo cada vez mayor, debido a que un mayor porcentaje de hombres que de mujeres tiene la intención de volver a visitar el FIAVL.

**Tabla 7.** Pronostico de turistas mujeres y hombres mediante el método CART, sin restricción de variables independientes

Variable principal		% de datos	Hombres			Mujeres		
			Nivel de nodo	Error de clasificación	Probabilidad de ocurrencia	Nivel de nodo	Error de clasificación	Probabilidad de ocurrencia
Gastos de comida	Menos de \$10	54.4	1	0.014	0.641	1	0.014	0.359
	Más de \$10	45.6	1	0.014	0.509	1	0.014	0.491
Número de veces que asistió a la FIAVL	Una vez	32.9	2	0.005	0.586	2	0.005	0.414
	Más de una vez	21.5	2	0.005	0.724	2	0.005	0.276
Ocupación	Empleados, jubilados	33.4	3	0.009	0.568	3	0.009	0.432
	Negocio propio, ama de casa, otro	12.2	3	0.009	0.342	3	0.009	0.658
Ingreso familiar aproximado	Menos de \$1000	26.3	4	0.009	0.527	4	0.009	0.473
	Más de \$1000	6.5	4	0.009	0.826	5	0.012	0.550
Precio de los servicios turísticos	Exagerado (1-3)	23.5	6	0.008	0.506	6	0.008	0.494
	Adecuado (3-5)	9.9	6	0.008	0.714	6	0.008	0.286
Lo mejor de la FIAVL	Obras de teatro, danza, gastronomía	23.5	8	0.009	0.482	8	0.009	0.518
	Música, pintura, otros	2.8	8	0.009	0.900	8	0.009	0.100
Gastos diarios de alojamiento	Menos de \$10	4.2	12	0.006	0.267	12	0.006	0.733
	Más de \$10	19.3	12	0.006	0.559	12	0.006	0.441

*Fuente:* Elaboración de Segundo Freire-Chaglla

¿Cuáles son las garantías que ofrece un festival, que promueve la cultura, para dar a las turistas mujeres una razón para regresar y dedicar tiempo a esta actividad? Parece necesario que el festival promueva la cultura y permita la inclusión de obras de teatro, de danzas y de gastronomía. Para ello, el compromiso de la ciudad es fundamental para mantener niveles de precios adecuados que garanticen una accesibilidad centrada en las turistas mujeres en términos de equidad, debido a las asimetrías socioeconómicas entre hombres y mujeres (Engel 2018; Danielsen et al. 2018; Reznik y Massarani 2019; Trysnes 2019; Reznik y Massarani 2019; Trysnes 2019) Igualmente, otras investigaciones mostraron la posibilidad de exclusión social en los eventos, debido a los altos precios de los servicios (Finkel 2006).

Lagarde (1996, 162) expuso que los varones tienen más acceso a la riqueza, la producción, el capital e incluso a la cultura. Veinte años después de esta investigación, Campbell y Chafetz (2006, 487), refieren que, a las mujeres científicas «se les paga significativamente menos que a los hombres, incluso cuando controlan el rango, la especialidad, la disciplina y la productividad». Catorce años después de la investigación antes referida, Grabher, (2020) encontró que las mujeres están marginadas debido a que «las entradas para los festivales son una infraestructura de desigualdad, excluyendo, particularmente, a las mujeres». Los resultados de esta investigación mostraron que esta realidad persiste incluso en este siglo XXI. Por lo tanto, el derecho de las mujeres a ser parte de las actividades culturales es responsabilidad de todos. El derecho a la cultura trasciende la mujer, involucrando a la política pública.

Esta investigación determinó que las variables de ingreso y gasto son relevantes a la hora de distinguir los diversos comportamientos de las turistas mujeres en el FIAVL. Los servicios adicionales y los niveles de precios fueron determinantes a la hora de elegir un evento cultural, tras lo cual, el evento en sí, podría estar, o no, entre las preferencias de los asistentes. Si la tendencia predominante de las actividades culturales está condicionada a elementos como las referencias de precios para los servicios complementarios, toda la ciudad debe estar preparada para evitar un sesgo en el aspecto económico derivado del evento. Así, el control de precios, el aumento de la calidad de las ofertas culturales preferidas por las turistas mujeres y el contenido equilibrado entregado y producido por artistas de ambos sexos, se convierten en prioridades de la organización de un festival de arte. Adicionalmente, y con el fin de evitar la mercantilización de la cultura que enfatiza los resultados económicos o una simple forma de entretenimiento educativo y/o turístico, se debe priorizar una reafirmación de la identidad cultural de la comunidad a través de los festivales de artes vivas (Carnegie y McCabe 2008; Urry 1988).

Las tendencias financieras de los asistentes a estos eventos estuvieron caracterizadas por el gasto, centrado, principalmente, en los turistas hombres. Estos factores no deberían determinar la tendencia cultural del festival, porque se convertiría en una representación cultural desigual hacia las turistas mujeres, como un «patrón global» a favor de lo masculino sobre lo femenino. La producción de estereotipos sexistas y heteronormativos se observó, igualmente, en el contenido del Festival Anima Mundi, donde las películas presentadas en el evento, excluyeron a las mujeres de las prácticas científicas (Reznik y Massarani 2019). En consecuencia, las relaciones de poder desiguales revelarían una injusticia social (Duffy et al. 2018).

Los resultados de esta investigación mostraron que, para una turista mujer, hacer de un evento cultural una prioridad no tiene la misma connotación o impacto que para un turista hombre. En las sociedades latinoamericanas, es menos probable que las turistas mujeres asistan a eventos de este tipo, debido a que privilegian el cuidado del hogar, y tienen menos acceso al ocio debido a los bajos ingresos económicos (Grabher 2020). Como raíz histórico-social, lo masculino se coloca en la posición central y, por lo tanto, diferente de lo femenino (Serret 2011, 75; Rocha 2004; Bourdieu 1984). Finkel y Platt (2020), argumenta que los festivales no desmantelan las estructuras de poder de la sociedad, en lugar de eso las refuerzan.

La medición en que se aceptan los diferentes eventos evidencia para determinar la preferencia por parte de los turistas. De hecho, si se diera el caso de que el número de personas aumenta en función del evento de mayor atracción, el evento solo aumentaría su audiencia masculina. En consecuencia, la cultura se transformaría en un espacio de exclusión social, más que en un espacio de integración y un ejemplo de equidad.

Otras investigaciones confirman que en «los festivales median patrones de clase social más amplios» y el consumo de música por parte de una élite (Grebosz-Haring y Weichbold 2018, 13). Por lo tanto, los eventos culturales deben combinar estrategias para aumentar el número de visitantes, lo que mantendría la relevancia hacia la mujer y evitaría la regresión de sus derechos. Los contenidos de un evento tienen un alto impacto en la decisión y preferencia hacia la oferta cultural.

Desde la perspectiva de las preferencias de la oferta cultural del festival, las turistas mujeres prefirieron las obras de teatro, la danza y las exposiciones gastronómicas. Sin embargo, estas actividades no cumplieron o no estuvieron dentro de sus expectativas. Por este motivo, la calidad del evento reduce la posibilidad de que tuviera una mayor presencia de turistas mujeres en el futuro.

Un festival es más que un producto turístico u ofertas para democratizar la cultura, basada en el marketing o la mercantilización (Carnegie y McCabe 2008; Grabher 2020). Mangset (2020, 4) sostiene que la democratización de la cultura ha tenido un fracaso relativo, contribuyendo a una crisis en la política cultural (Mangset 2020, 4). Ahora es el momento para la apuesta de una ciudad a fin de atraer a más turistas con las características mencionadas en este estudio. Aquí es donde entra en juego el papel de la política glocal (Delanty et al. 2013), coherente con el ejercicio de la igualdad de derechos.

Producir cultura por sí misma, sin control de contexto, podría conducir a un ejercicio de cultura desigual. La creación de la política local, nacional e internacional, según la cultura globalizada, está avalada por los resultados del estudio de Boyle et al. (2018, 430), quienes destacan la importancia de los factores demográficos, como las variables de este estudio, para atraer a hombres y mujeres a los festivales.

Es esencial lograr mejores niveles de inclusión de las turistas mujeres en el FIAVL, lo que sería una situación de ganar-ganar para este evento y sus visitantes. Por un lado, se podría incluir elementos culturales que atraigan a las turistas mujeres, esto lograría un enriquecimiento del propio festival y, por otro lado, generaría un nuevo atractivo para que más familias participen en él, como co-creadores de contenido del festival, en lugar de presentarse únicamente como consumidores culturales omnívoros; de esta manera, es posible lograr una oferta cultural más variada (Barbieri y Mahoney 2010). Por lo tanto, es obligatorio un enfoque holístico y equilibrado entre los festivales de arte, el turismo y la política cultural (Quinn 2019).

## Conclusiones

Los resultados del estudio indican que la oferta cultural de la FIAVL no está hecha para turistas mujeres. Desigualdades similares se observan en otros estudios de diferentes países en relación con la mujer. Si persiste la misma estructura con la que se han manejado los eventos gastronómicos, de danza y teatro, los organizadores podrían polarizar y concentrar sus esfuerzos en actividades con una asistencia masiva de hombres, donde la música gana importancia. Es necesario proporcionar ofertas culturales que tengan aceptación entre las turistas mujeres. Si no se hacen esfuerzos para democratizar los contenidos y la calidad de los eventos, el Festival de Artes Vivas de Loja podría convertirse en un evento con claras dimensiones injustas.

La oferta actual del festival reproduce el sistema patriarcal de la sociedad lojana y ecuatoriana en su conjunto. De esta manera, no se reparan las inequidades históricas hacia la mujer, lo que constituiría una limitación importante en cuanto al acceso de las mujeres a los festivales de arte como manifestación de la cultura local. Una oferta cultural limitada como la actual, que finalmente sigue un estereotipo patriarcal, raya en una limitación de

derechos, ya que parece afectar a los derechos de las turistas mujeres a disfrutar de una oferta cultural más igualitaria e inclusiva dentro del FIAVL. Al mismo tiempo, esto también implica un despilfarro de una mayor riqueza cultural, en términos de potencial, para los festivales de arte.

Los resultados de esta y otras investigaciones revelan las inequidades hacia las mujeres y debe entenderse desde un reencuadre de la visión con igualdad. La diversidad cultural no debería afectar a la cohesión social, más bien debería abordarse con una nueva perspectiva de cohesión social, no solo entre culturas diversas, sino también hacia la mujer. Si los festivales de arte no logran el ejercicio de derechos equitativos, mantener la jerarquía patriarcal en su etapa primitiva, podría poner en riesgo el derecho de las personas a ejercer una democracia real en una sociedad moderna.

Los festivales o eventos masivos se transforman en espacios físicos para defender los derechos humanos hacia una democracia real, donde la cultura se transforme e influya en las próximas generaciones. Este estudio permite afirmar que la promoción de la cultura es el escenario favorable para el acceso justo a la difusión de las artes en estado de equidad.

Las investigaciones futuras deberían abordar el impacto de la oferta cultural femenina en las mujeres turistas que asisten a los festivales de arte, creando contenidos de interés desde su propia perspectiva con una participación más plena e igualitaria.

**Contribución de las personas autoras:** Para la realización de este artículo se contó con la guía, aprobación y revisión final del Dr. Javier Sanmartín, la aplicación y prueba estadística del Mg. Segundo Freire-Chaglla, la revisión de la literatura de la Mg. Iliana Sanmartín-Rojas y la Mg. Ana Lucía Serrano López contribuyó en los procesos de elaboración del artículo.

**Apoyo financiero:** Esta investigación fue apoyada por la Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador, la Universidad de Cuenca y la Universidad Nacional de Loja, en razón de que las personas autoras son docentes investigadores de las respectivas instituciones.

## Referencias

- Asamblea Nacional. (2019), *Ley Para La Institucionalización Del Festival de Artes Vivas de Loja*, Asamblea Nacional, Ecuador: 1–5.
- Barbieri, Carla, and Edward Mahoney. 2010. «Preferences among the Live-Performing» *International Journal of Tourism Research*, 496 (November 2009): 481–96. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Bourdieu, Pierre. 1984 «Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste\*» *Food and Culture*, 141–50. <https://doi.org/10.4324/9781315680347-10>
- Boyle, Stephen, Carmen Reaiche, Abm Abdullah, and Md Wahid Murad. 2018. «Understanding Influences Affecting Local Visitors to an International Arts Festival» *Tourism Analysis*, 23 (3): 427–32. <https://doi.org/10.3727/108354218x15305419108038>.
- Bright, Liam Kofi, Daniel Malinsky, and Morgan Thompson. 2016. «Causally Interpreting Intersectionality Theory» *Philosophy of Science* 83(1):60–81.
- Campbell, Karen E., and Janet Saltzman Chafetz. 2006. *Handbook of the Sociology of Gender. Contemporary Sociology*, Vol. 29. <https://doi.org/10.2307/2654092>
- Carnegie, Elizabeth, and Scott McCabe. 2008. «Re-Enactment Events and Tourism: Meaning, Authenticity and Identity» *Current Issues in Tourism*, 11 (4): 349–68. <https://doi.org/10.1080/13683500802140380>
- Chang, Yu Chien. 2020. «Creating Value through the Performing Arts Festival: The Multi-Stakeholder Approach» *Journal of Macromarketing* 40 (2): 185–200. <https://doi.org/10.1177/0276146719894627>
- Danielsen, Anne, Yngvar Kjus, and Emil Kraugerud. 2018. «Gendered Patterns in Music Mediation: A Study of Male and Female Performers at the Øya Festival Using Multiple Data Sources» *Poetics*, 70 (October): 4–17. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.09.002>
- Duffy, Michelle, Judith Mair, and Gordon Waitt. 2018. «Addressing Community Diversity.

- The Role of the Festival Encounter» In *Accessibility, Inclusion, and Diversity in Critical Event Studies*, 1–250. <https://doi.org/10.4324/9781351142243>
- Durkheim, Émile. 1976. *The Elementary Forms of Religious Life*. London.
- Engel, Rozanne. 2018. «Gender and Race in the South African Film Industry: A Comparative Analysis of the Representation in South African Film Festivals» *Communication*, 44 (1): 16–33. <https://doi.org/10.1080/02500167.2018.1444659>
- Figueroa-Domecq, Cristina, Nigel Morgan, Annette Pritchard, Teresa Villacé-Molinero, and Mónica Segovia-Pérez. 2015. «Tourism Gender Research: A Critical Accounting» *Annals of Tourism Research*, 52: 87–103. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.001>
- Finkel, Rebecca. 2006. «Tensions Between Ambition and Reality in Uk Combined Arts Festival Programming: Case Study of the Lichfield Festival» *International Journal of Event Management Research*, 2 (1): 25–36. <http://www.ijemr.org/index.html?page=25711&pid=25580>
- . 2010. «"Dancing around the Ring of Fire": Social Capital, Tourism Resistance, and Gender Dichotomies at Up Helly Aa in Lerwick, Shetland» *Event Management*, 14 (4): 275–85. <https://doi.org/10.3727/152599510X12901814778023>
- Finkel, Rebecca, and Louise Platt. 2020. «Cultural Festivals and the City» *Geography Compass*, no. March: 1–12. <https://doi.org/10.1111/gec3.12498>
- Garín, Inma. 2018. «Artes Vivas : Definición , Polémicas y Ejemplos» 1–22. 8.
- Grabher, Barbar. 2020. «Structural Disputes: An Analysis of Infrastructural Inequalities in the Case Study of the Women of the World Festival in Hull, UK City of Culture 2017» In *Gendered Violence at International Festivals*, edited by Routledge, First, 21:1–9. New York.
- Grebosz-Haring, Katarzyna, and Martin Weichbold. 2018. «Contemporary Art Music and Its Audiences: Age, Gender, and Social Class Profile» *Musicae Scientiae*, 24 (1): 60–77. <https://doi.org/10.1177/1029864918774082>
- Grosse, Corrie Ellis. 2016. «Fair Care? How Ecuadorian Women Negotiate Childcare in Fair Trade Flower Production» *Women's Studies International Forum*, 57: 30–37. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2016.04.005>
- Kim, Taegoo Terry, Osman M. Karatepe, Gyehee Lee, and Hande Demiral. 2018. «Do Gender and Prior Experience Moderate the Factors Influencing Attitude toward Using Social Media for Festival Attendance?» *Sustainability (Switzerland)*, 10 (10). <https://doi.org/10.3390/su10103509>
- Lagarde, Marcela. ed. 1996. *Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Democracia. Cuadernos Inacabados*. Madrid, España: J. C. Producción.
- Lind, Amy. 2012. «Revolution with a Woman's Face? Family Norms, Constitutional Reform, and the Politics of Redistribution in Post-Neoliberal Ecuador.» *Rethinking Marxism*, 24 (4): 536–55. <https://doi.org/10.1080/08935696.2012.711058>.
- McConnell, Elizabeth A., Nathan R. Todd, Charlynn Odahl-Ruan, and Mona Shattell. 2016. «Complicating Counterspaces: Intersectionality and the Michigan Womyn's Music Festival» *American Journal of Community Psychology* 473–88.
- Macmillan, Fiona. 2014. «Arts Festivals as Cultural Heritage in a Copyright Saturated World» no. 2013: 14.
- Mangset, Per. 2020. «The End of Cultural Policy?1» *International Journal of Cultural Policy*, 26 (3): 398–411. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1500560>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. 2018. «Informe. Evaluación Cualitativa» Quito, Ecuador.
- Moreno, Daniela, and Ernest Cañada. 2018. «Gender Dimensions in Tourism Work», Barcelona.
- Quinn, Bernadette. 2019. «A Comment on: Arts Festivals, Urban Tourism and Cultural Policy» *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11 (sup1): s8–12. <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1556855>
- Reznik, Gabriela, and Luisa Massarani. 2019. «Gender and Science in Animation: Analysis of the Anima Mundi Festival Films» *Journal of Science Communication*, 18 (02).

- <https://doi.org/10.22323/2.18020208>
- Roca-Cuberes, Carles, Rafael Ventura, and Lorena Gómez-Puertas. 2018. «Nationality and Gender Stereotypes in the San Fermín Festival: Cross-Sectional Age Differences in the Interpretation of TV News» *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 10 (1): 79–98. [https://doi.org/10.1386/cjcs.10.1.79\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs.10.1.79_1)
- Delanty, Gerard, Mónica Sassatelli, Liana Giorgi, Jérôme Segal, Marco Santoro, Jasper Chalcraft, y Paolo Magaudda. 2013. *European public culture and aesthetic cosmopolitanism*. Project acronym: EURO-FESTIVAL. [https://www.academia.edu/1612289/European\\_public\\_culture\\_and\\_aesthetic\\_cosmopolitanism](https://www.academia.edu/1612289/European_public_culture_and_aesthetic_cosmopolitanism)
- Serret, Estela. 2011. «Hacia Una Redefinición de Las Identidades de Género» *GénEros*, 9 (2): 71–97.
- Trysnes, Irene. 2019. «The Trailer as Erotic Capital. Gendered Performances—Research and Participant Roles during Festival Fieldwork» *Societies*, 9 (4): 83. <https://doi.org/10.3390/soc9040083>
- United Nations. 2017. *Role of the International Recommendations for Tourism Statistics, 2008*. <https://doi.org/10.18356/05265168-en>
- Urry, John. 1988. «Cultural Change and Contemporary Holiday-Making» *Theory, Culture & Society*, 5 (1): 35–55. <https://doi.org/10.1177/0263276888005001003>
- Vizcaino-Suárez, Laura Paola, and Isis Arlene Díaz-Carrión. 2018. «Gender in Tourism Research: Perspectives from Latin America» *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2017-0021>
- Yang, Elaine Chiao Ling, Catheryn Khoo-Lattimore, and Charles Arcodia. 2017. «A Systematic Literature Review of Risk and Gender Research in Tourism» *Tourism Management*, 58: 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>